

SIR GEORGE WILLIAMS UNIVERSITY

1435 DRUMMOND ST., MONTREAL 25
TELEPHONE 879-2867



NEWS RELEASE

For release Thursday, May 15, 1969.

MONTREAL -- Dr. Bruce Mallen, Chairman, Marketing Department, Sir George Williams University, says Canadian retailers are losing business by their failure to satisfy the consumer's need for greater shopping convenience.

In a summary of the results of an exploratory study of evening shopping released today by the University, Dr. Mallen says that Canadians are earning more and spending more but that retail sales as a percentage of personal consumption expenditures have declined.

"In 1957, Canadians spent 64.15 percent of their personal incomes in retail outlets. By 1967 this figure had dropped to 52.63 percent," he states.

The University's study analyzed store hours and store hours legislation in Canada, the United States and in overseas countries and examined trends which have been changing the living styles and buying habits of Canadians. It was financed by a research grant from the National Retailers' Institute, an organization representing leading operators of suburban department stores.

"Today's market is a buyer's market. The consumer wants to be able to spend his money where and when he pleases, at his own convenience and leisure," Dr. Mallen adds.

He says the retailing dollar is not fixed as is believed by many retailers. It is expansible and retail outlets compete with the recreation, entertainment and other industries as well as with one another.

The University's study resulted in a 390-page volume, entitled "The Benefits and Costs of Evening Shopping to the Canadian Economy", covering the environment, situation and legislation.

The legality of evening shopping for seven types of retail stores was surveyed in 335 Canadian cities. The study revealed that half of these have no restrictions at all while 85 limit night shopping to one or two days a week.

In his summary, Dr. Mallen says that women who work downtown and live in the suburbs find it difficult to shop during the traditional 9 a.m. to 6 p.m. period.

Half of the women in the labour force are now married, compared with one quarter in 1951, the study reported. The movement to the suburbs has been strongest among married people while the greatest growth in the female labour force appears to have taken place in those industries and occupations which tend to concentrate in the financial and downtown districts of the cities, it adds.

In a concluding section of his summary, Dr. Mallen suggests that:

1. Consumers in Canada, particularly in large metropolitan areas, are not satisfied with controls restricting their shopping time and prefer to shop at times other than the traditional nine to six, which have been set by the retailing community and/or government legislation. In fact, a referendum in the City of Edmonton (October 16, 1968) revealed that 69.22 per cent of the people who voted favoured no city control over shop hours and a closing bylaw was repealed.

2. Total retail dollar sales in Canada would increase if stores were open at times which were more convenient to the consumer. The consumer would be willing to pay a premium if necessary for the convenience of shopping after 6 p.m.

3. The consumer would look upon shopping as more of a recreational outlet if he could shop at more convenient hours, and this would increase the total amount spent on each purchase.

4. Sales clerks and employees of retail establishments would not object to more liberal hours, provided that they did not work more than forty hours per week and/or had the option of working overtime for higher rates.

Malcolm Stone
Information Officer

Note: For further information and interviews contact Dr. Mallen at 879-2898, or through this office, 8/9-2867.

UNIVERSITÉ SIR GEORGE WILLIAMS

1435 RUE DRUMMOND, MONTRÉAL 107
879-2867



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Pour publication le jeudi 15 mai 1969.

MONTREAL -- D'après le professeur Bruce Mallen, directeur du département de Marketing à l'Université Sir George Williams, les détaillants perdent des affaires en manquant de satisfaire au besoin du consommateur en lui offrant une plus grande facilité à faire ses achats.

Dans un sommaire résultant d'une étude exploratrice sur les ventes du soir publié aujourd'hui par l'Université, le professeur Mallen dit que les Canadiens gagnent plus et dépensent plus mais que les ventes au détail comparées au pourcentage des dépenses de consommation individuelle ont baissé.

"En 1957, annonce-t-il, les Canadiens ont dépensé 64.15 pour-cent de leurs revenus personnels en achats au détail. En 1967 ce chiffre est tombé à 52.63 pour-cent."

L'étude faite par l'Université a analysé les heures d'ouverture des magasins et la législation les concernant au Canada, aux Etats-Unis et dans les pays d'outre-mer et a examiné les tendances qui ont influencé le genre de vie et les habitudes d'achat des Canadiens. Cette étude était financée par une bourse de recherche du National Retailers' Institute, un organisme représentant les principaux magasins à rayons de banlieue.

...2

"Le marché d'aujourd'hui est un marché d'acheteur. Le consommateur veut être capable de dépenser son argent où et quand ça lui plaît et à sa propre convenance", ajoute le professeur Mallen.

Il dit que le dollar à la vente de détail n'est pas fixé comme le croient généralement beaucoup de détaillants. Il est expansible et les magasins de détail font aussi bien concurrence au plaisir, au spectacle et aux autres industries qu'ils se font concurrence entre eux.

L'étude faite par l'Université est comprise dans un livre de 390 pages intitulé "The Benefits and Costs of Evening Shopping to the Canadian Economy", et décrit la situation actuelle et la législation.

La légalité des ventes du soir a été étudiée dans 335 villes canadiennes dans sept genres de magasins de vente au détail. L'étude révèle que la moitié de ces villes n'ont pas de restriction tandis que 85 d'entre elles limitent leurs heures d'ouverture du soir à une ou deux soirées par semaine.

Dans son sommaire le professeur Mallen dit que les femmes qui travaillent dans le centre de la ville et habitent dans la banlieue trouvent difficilement le temps de faire leurs courses dans la période traditionnelle de 9h à 18h.

Aujourd'hui la moitié des femmes qui forment le marché du travail sont mariées, comparé à un quart en 1951. Le mouvement vers la banlieue a été plus important parmi les gens mariés tandis que la plus grande croissance dans le marché féminin du travail semble avoir pris place dans ces industries et positions qui ont tendance à se concentrer dans les districts financiers et central des villes, ajoute le rapport.

En conclusion, le professeur Mallen fait les suggestions suivantes:

1. Les consommateurs au Canada, surtout dans les grands centres métropolitains, ne sont pas satisfaits des contrôles limitant leurs heures d'achat et préfèrent faire leurs courses à des heures autres que les traditionnelles heures de 9h. à 18h. qui ont été fixées par le groupe des détaillants ou la législation gouvernementale. En fait, un référendum tenu le 16 octobre 1968 dans la ville d'Edmonton a révélé que 69.22 pour-cent des personnes qui ont voté n'approuvaient pas le contrôle des heures d'ouverture des magasins; en conséquence, un arrêté municipal sur les heures de fermeture fut révoqué.
2. Le total des ventes au Canada pourrait augmenter si les magasins étaient ouverts à des heures plus accommodantes au consommateur. Celui-ci serait favorable à l'idée de payer une prime si c'était nécessaire pour pouvoir faire ses courses après 6 heures du soir.
3. Le consommateur considèrerait faire des achats plutôt comme un plaisir s'il pouvait faire ses courses à des heures plus accommodantes, et cela augmenterait le somme totale dépensée sur chaque article.
4. Les vendeurs et les employés des maisons de vente au détail ne s'opposeraient pas à des heures plus libérales, pourvu qu'ils ne travaillent pas plus de 40 heures par semaine ou si leurs heures supplémentaires sont payées à un salaire plus élevé.

Malcolm Stone
Directeur de l'Information

Note: Pour plus de renseignements se mettre en rapport avec le professeur Mallen au 8/9-2898, ou avec ce bureau au 8/9-2867.